



Image mit Profil auffallend scharf

Der Internetauftritt: Karriereseiten für ein scharfes Profil

Auch in der Krise Flagge zu zeigen ist nicht nur im Hinblick auf eine gute zukünftige Startposition wichtig. Spezialisten und gute Fachkräfte sind nach wie vor dünn gesät, und auch die altersbedingte Fluktuation verlangt nach einer kontinuierlichen Präsenz im Bewerbermarkt. Die gegenwärtige Krise wird den Engpass an gut ausgebildeten Ingenieuren kaum mindern. Doch schwindende Personal-Etats engen den Spielraum gerade für kleine und mittlere Unternehmen ein – Grund genug, vorhandene Potenziale möglichst effektiv zu nutzen. Der Internet-Auftritt bietet dazu noch viele Möglichkeiten.

„Die eigene Homepage wird gerade von mittelständischen Unternehmen nur unzureichend für das Personalmarketing genutzt“, meint Birgit Schütz, Agenturleiterin bei MARES media & selection, eines seit Jahren auf das Thema Personalmarketing spezialisierten Unternehmens, das viele durch den Ingenieurmangel besonders hart getroffene Maschinenbau-Unternehmen zu seinen Kunden zählt. Zwar besitzen heute praktisch alle Firmen einen eigenen Internetauftritt, doch gelungene Karriereseiten sind Mangelware. Aber gerade in schwierigen Zeiten ist die Aufmerksamkeit der Bewerberinnen und Bewerber besonders hoch, die Risikobereitschaft gering. „Jedes Angebot wird besonders genau unter die Lupe genommen,“ so Schütz. „Unternehmen, denen es gelingt, sich in der Rezession als Top-Arbeitgeber von der Konkurrenz abzugrenzen, haben es leichter im Wettbewerb um die besten Köpfe.“ Eine informative Webseite, welche gezielt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe eingeht und auch Softfacts wie z.B. Familienfreundlichkeit oder Freizeitwert eines Standorts herausstellt, kann den entscheidenden Unterschied ausmachen.

Doch das Gros der Unternehmen setzt beim Personalmarketing vor allem auf Stellenanzeigen. Werden diese weniger, verschwindet der Arbeitgeber aus dem Blickfeld potenzieller Bewerber. Erschwerend kommt hinzu, dass der begrenzte Raum für die Unternehmensdarstellung, den eine klassische Personalanzeige bietet – sei es in Tageszeitungen oder im Internet – für viele Bewerber nur wenig Aussagekraft besitzt. Laut einer Untersuchung der Stellenbörse Stellenanzeigen.de finden nur 7,6 Prozent der Bewerber Unternehmensbeschreibungen in Personalanzeigen „aussagekräftig und informativ“. Knapp die Hälfte dagegen vermissen Informationen zur Qualität eines Unternehmens als Arbeitgeber. Die zunehmende Beliebtheit des Internets bei der Stellensuche verkürzt den Weg von der Anzeige zum Unternehmen auf einen „Klick“. Finden die Bewerber hier nur Informationen zum Umsatz und Produkten, verlieren sie unter Umständen schnell ihr Interesse.

KONTAKT

Birgit Schütz

MARES media & selection GmbH
Leopoldsweg 2
61348 Bad Homburg

Telefon 061 72/926 40
b.schuetz@mares-media.de
www.mares-personalmarketing.de

Die MARES media & selection GmbH wurde vor zwanzig Jahren gegründet. Zunächst nur als reine Anzeigenschaltagentur baute das Unternehmen sein Dienstleistungsangebot stetig aus und ist heute neben dem Hauptsitz in Bad Homburg mit weiteren Niederlassungen in Hamburg, Bremen, Düsseldorf und München vertreten. MARES unterstützt eine Vielzahl von Kunden aus unterschiedlichsten Branchen rund um das Thema Personalmarketing.